La entrevista radial
Autores: Marcelo Perez Cotten y Nerio Tello.
La Crujía Ediciones / Buenos Aires, 2004

3. Características y tipos de entrevistas

Una entrevista es el resultado de un pacto comunicativo*: esta necesidad mutua que tienen ambas partes para obtener/transmitir información fundamenta las reglas del juego.*
Armand Balsebre, periodista español

Cualquier oyente radial o lector de diarios o revistas distingue claramente una entrevista de cualquier otro formato. Puede dudar acerca de una crónica o una columna, pero es muy raro que dude acerca de una entrevista. Y esto es porque el diseño de una entrevista suele ser muy simple: una persona pregunta (en general, un periodista, en este caso: *entrevistador*) y una persona (o más) responde (el *entrevistado*).
Si bien el esquema prevé esta organización, cuando aquí se habla de "pregunta" se incluye en ella: acotaciones, observaciones, señalamientos y otras "molestias" por parte del entrevistador.
Esta característica excluyente de la entrevista (la pregunta y la respuesta) define conceptualmente al género. Una entrevista se realiza porque se supone que el público lector/oyente desea leer las declaraciones/escuchar la voz de ese entrevistado. Por lo tanto, la función del entrevistador es preguntar (o acotar, señalar, marcar) y *dejar el protagonismo al entrevistado*.

Esto lleva a una observación odiosa: si el entrevistador es una "estrella", poco espacio le queda al entrevistado. Con los entrevistadores estrellas la gente suele sucumbir ante la seducción de la pregunta, de un estilo, de una aguda manera de cuestionar. El entrevistado es lo de menos.

El periodismo puede defender los intereses de los públicos sin necesidad de proceder burdamente. Por ejemplo, un periodista de radio y televisión suele espetarle a los entrevistados un "No le creo". "Esa no es la función del periodista: no importa si le cree o no, lo que tiene que demostrar es que lo que el otro dice es falso. Estos recursos son

demagógicos, porque después de esta descalificación no queda demasiado por hablar... ¿Qué otra información le puede sacar a ese individuo? Ninguna.”[1]

Las entrevistas publicadas en diarios o revistas suelen tener señales gráficas que diferencian las preguntas de las respuestas. En estos señalamientos (tipografías diferenciadas, por ejemplo el uso de la **negrita** o la *itálica* para las preguntas) se puede distinguir una buena entrevista: en teoría incluye preguntas *muy breves* y respuestas medianamente *extensas*.
En una entrevista radial no hay más señalamiento que las voces. En este caso, una buena entrevista radial, también en teoría, incluye preguntas breves y concretas y respuestas fundamentadas y más extensas. Pero esto lo veremos unos capítulos más adelante.

El buen entrevistador

La entrevista debe ser formativa o educativa. El entrevistador debe hacer un esfuerzo por empatizar[2] con el público; es decir, elevarse un poco por encima de él y buscar la identificación pero a través de preguntas que pueda innovar en el conocimiento. El objetivo es innovar, no “masajear” con lo que ya sabemos.
Si decimos que hay tantos entrevistadores como entrevistados estamos repitiendo un argumento casi obvio. Además decimos muy poco acerca del buen entrevistador.
Sin pretensión de diseñar un *test*, se podría decir que un buen entrevistador debe reunir una serie de condiciones:

Conocer al entrevistado: Tener toda la información posible sobre la persona que se entrevista (tema que se desarrolla en el capítulo 7).
Conocer el tema: Acopiar y dominar la información respecto de los temas que se tratarán en la entrevista.

---

[1] Sinopoli, Daniel.

[2] De *Empatía*: capacidad que tiene el individuo para identificarse y compartir las emociones o sentimientos ajenos. Para Sigmund Freud es la "comprensión o autopercepción intelectual", en oposición a la identificación sentimental. El sociólogo estadounidense David Lerner la definió como la "capacidad de adaptación a situaciones diversas, nuevas o cambiantes, en un medio en constante transformación".

Conocer el contexto: estar al tanto de la agenda periodística facilita preguntar desde lo que interesa al público.

No anteponer gustos personales o prejuicios: Es frecuente que desde cierta inexperiencia un comunicador sólo busque entrevistados que "le gusten" para ensalzarlos, o que "le disgusten", con el solo fin de descalificarlos.

No rematar afuera de la entrevista: Sobre todo, evitar esgrimir señalamientos descalificadores sobre el entrevistado o tema una vez cerrada la entrevista. Recordar que si el entrevistado dijo todo el tiempo que el abrigo es blanco, y el periodista en el cierre dice, "sin embargo, lo veo negro", seguramente prevalecerá esta idea en la mente del escucha.

Cuando Galileo Galilei dejó el tribunal inquisitorial donde había admitido su "error" –es decir, que la tierra no giraba alrededor de sol (como había demostrado sus caprichosas y ateas observaciones), sino que permanecía inmóvil–, los periodistas que lo esperaban en las escalinatas de los tribunales se abalanzaron sobre él y lo acosaron con preguntas. El científico sólo miró al cielo y dijo: "Y sin embargo, se mueve" (*E puor si muove*). Y no hizo más declaraciones. La frase, desde ya, quedó registrada en la historia como expresión de su tozuda y valiente lucidez científica. En este caso, el "remate" superó al propio juicio.

Evitar el yoísmo: El periodista es un intermediario, por lo tanto, debe rehuir a fijar permanentemente su posición personal acerca de los temas. La "estrella" es el entrevistado.

Dejar hablar: Muchos entrevistadores, aun experimentados, invitan a un personaje con el sólo fin de demostrar cuánto saben ellos del tema.

> Hay periodistas que preguntan no para escuchar una respuesta sino para ver qué impacto produce la pregunta en el entrevistado. Lo atosigan con preguntas buscando graficar cómo responde el entrevistado. Si el entrevistado supera el primer impacto y se anima a responder, cuando empieza a fundamentar su

respuesta recibe otra pregunta, con lo cual la función del periodista no es obtener información sino, lisa y llanamente, "molestar". No es un diálogo sino una charla provocativa, y una entrevista no es –no debería ser– una charla provocativa.

En páginas anteriores se hizo referencia al criterio de la periodista italiana Oriana Fallaci (que trabajó para *Corriere della Sera, Epoca, Life* y *New York Times)* respecto de que el periodista debe "molestar" al entrevistado. No sería ocioso señalar aquí, que Fallaci es una de las más grandes periodistas entrevistadoras del siglo XX. Es decir, su criterio de "molestar" tiene una dimensión totalmente diferente al que puede esgrimir alguno de nuestros periodistas de cabotaje.

El "oficio" del entrevistado

El periodista o locutor puesto a entrevista debe "conocer el oficio". Decir esto es fácil, el tema es cómo se alcanza ese oficio. El cúmulo de entrevistas, las lecturas sostenidas, la permanente actualización informativa, una clara conciencia del oficio y los años constituyen el soporte más seguro para alcanzar el dominio del oficio.

El entrevistador joven

El periodista Armand Balsebre sostiene que la edad media de los entrevistadores de la radio española es de menos de 30 años. Esto, según su visión, conlleva un problema: "Tal grado de juventud puede a veces ser interpretado por el entrevistado como sinónimo de escasa profesionalidad; en el proceso de realización de la propia entrevista el periodista tendrá que convencerle con su 'saber hacer' de todo lo contrario. Pero tal juventud también puede ser denotativa de un estatus social/profesional inferior si el entrevistado adulto se deja llevar por representaciones estereotipadas sobre determinados atributos que la sociedad adulta adjudica hoy a nuestros jóvenes. El periodista tendrá que planificar la entrevista con una estrategia comunicativa que supere

esa supuesta 'diferencia' y evite tratamientos seudodespectivos del entrevistado como 'mire usted, joven, yo decidiré en su momento si...'" [3]

Tipos de entrevista

Según sea el propósito que se persiga –como ya se adelantó–, las entrevistas pueden ser de, por lo menos, seis tipos (aunque puede haber otros formatos no incluidos en este listado).

1) Las que interesan por el *personaje* que la protagoniza.
2) Las que interesan por el tipo de *declaraciones* que puedan hacer un personaje público.
3) Las que reúnen *ambas condiciones*
4) Las que están referidas a *noticias* de actualidad.
5) Aquellas que puedan ser vehículo de *divulgación o servicio.*
6) Las testimoniales. [4]

1) *Las entrevistas que interesan por el personaje* (llamadas también entrevistas de *semblanza* o *perfil*)**:** involucran a personajes populares, o prestigiosos, donde el centro de atención no siempre es la actividad que desarrolla (deportista, político, científico, cantante, actor, profesional, etc.) sino cuestiones referidas a costumbres, hábitos, gustos, preferencias o cotilleos varios (casado, separado, de novio, compró un yate, se fue de viaje al Amazonas, descubrió un virus insólito, en fin).

2) *La entrevistas de declaraciones* (también llamada *especializada* o temática). Cuando el personaje es popular, pero no trasciende sino a través de su trabajo: intelectual destacado o científico reconocido. En este caso, el centro de la entrevista gira alrededor de las *temáticas* que maneja, y de ninguna manera incluyen los cotilleos mencionados en la entrevista anterior.

3) Las que reúnen *ambas condiciones.* Es decir, que poniendo el eje en las declaraciones, esté protagonizada por un personaje conocido. Así, las declaraciones del escritor Ernesto Sábato, sobre el tema que sea, resultan interesantes no sólo por

---

[3] Armand Balsebre y otros. *La entrevista en radio, televisión y prensa* (Ed. Cátedra)

[4] En esta caracterización no hay acuerdo entre los autores. Para el español Emilio Prado (*Estructura de la información radiofónica*) hay dos grandes tipos de entrevistas: "de carácter" y "noticiosas". Esta última, a su vez, se divide en "de información estricta" y de "información en profundidad". La tipificación propuesta aquí está más vinculada con la experiencia argentina.

su prestigio intelectual sino por sus lúcidas reflexiones. Además, sus hábitos laborales o cotidianos pueden constituir también un atractivo para el oyente.

4) Las que están referidas a *noticias* de actualidad. Por ejemplo, un médico de reconocida trayectoria (aun cuando no sea popular o conocido) es convocado para explicar, ampliar o rebatir un programa de salud, explayarse sobre una nueva línea de medicamentos o un tratamiento revolucionario. O un escritor o académico prestigioso comenta la desconocida obra del flamante Premio Nobel de Literatura.

5) Aquellas que puedan ser vehículo de *divulgación o servicio*. Es similar al caso anterior, pero no están ligadas a una "noticia" puntual, sino a temas de agenda. Por ejemplo, las entrevistas vinculadas con el daño ambiental o las especies en peligro de extinción; o las relacionadas con la profilaxis para evitar enfermedades infecto contagiosas, etc.

6) *Las testimoniales*[5] Se refieren a los dichos de una persona que no es famosa ni popular, no tiene un prestigio reconocido, no está vinculada con ninguna noticia trascendente ni se busca brindar ningún servicio. Es decir, lo testimonial tiene que ver con prácticas vivenciales que interesan por la infrecuencia, lo curioso, lo raro, o lo extraordinario de la experiencia. Suelen estar marcadas por un alto grado de emotividad. Se pueden citar como ejemplo las actividades de un profesional de la organización *Médicos sin Frontera* en comunidades en guerra, la vida de un minero de profundidad, las vivencias de una mujer que revuelve en la basura para comer, un médico de guardia de un hospital de una zona marginal, un maestro de una escuela rural, etc.

Si bien cualquier tipo de entrevista que se afronte requiere de una capacitación y preparación, salta a la vista que cada una de ellas, con todos los matices imaginables, requiere de predisposiciones especiales por parte del entrevistador. Es probable incluso que un entrevistador diestro en personajes no sepa manejar las entrevistas de divulgación; o alguien débil

[5] *Testimonio*. («Servir de; Dar, Ofrecer, Presentar»). Cosa que sirve para dar seguridad de la existencia de cierto hecho, la verdad de cierta noticia, etc. Declaración de un testigo. (*Diccionario de Uso del Español* de María Moliner).

para afrontar temas polémicos desarrolle gran habilidad para adentrarse en el alma de seres anónimos que ofrecen su rico testimonio.

Pero, sea cual fuere la situación, toda buena entrevista requiere de una buena preparación. Esto lo veremos más adelante en “Cómo se prepara la entrevista para radio” (Capítulo 7). Pero, como adelanto, podríamos decir, que además de manejar el tema y los antecedentes del entrevistado, es imprescindible una buena predisposición al diálogo y objetivos claros.

En las entrevistas de *semblanzas,* también llamadas “entrevistas perfil”, por la naturaleza de los temas, generalmente cobra mayor importancia el *tono*. El oyente no espera *grandes revelaciones*, sino que disfruta del tono intimista, la charla franca (aunque sea en apariencia), un relato apasionante y reflexiones inteligentes. En estos casos se requiere periodistas que sepan sacarle al entrevistado todo lo que puedan, para lo cual, no necesitan echarle vinagre en la herida.

Si una entrevista de semblanza (que apunta a develar el lado humano del personaje) deriva en meras cuestiones “informativas” puede transformarse en un diálogo latoso e improcedente.

Síntesis

- *Una buena entrevista parte de conocer al entrevistador y conocer el tema a tratar.*
- *Hay varios tipos de entrevistas, ajustados al tipo de programa, horario, objetivos y perfil del entrevistado.*
- *Cada tipo de entrevista requiere de habilidades particulares. Hay quienes se destacan en cualquier abordaje; otros tienen algunas limitaciones.*